

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Lembaga pemerintahan di era teknologi yang berkembang sangat pesat ini diberikan kemudahan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat umum, terutama Lembaga penegak hukum yaitu Kepolisian. Kepolisian memiliki tanggung jawab untuk selalu bersifat transparansi terhadap masyarakat atas kinerja yang dilaksanakannya.

Transparansi informasi terhadap masyarakat oleh kepolisian sangat diperlukan untuk menjaga citra dari Lembaga penegak hukum tersebut. Polda Jabar atau Kepolisian daerah Jawa Barat melaksanakan transparansi informasi kepada masyarakat umum melalui teknologi komunikasi yang tengah berkembang di era saat ini. Informasi yang disampaikan oleh Lembaga kepolisian, merupakan informasi yang telah diolah sedemikian rupa dan melalui proses panjang sehingga bisa dikatakan bahwa informasi tersebut bersifat layak untuk dipublikasikan kepada masyarakat.

Polda Jawa Barat memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi yang berkembang pada saat ini untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum. Perkembangan teknologi komunikasi memberikan kemudahan kepada Polda Jawa Barat yang dulu sebelum berkembangnya

teknologi tersebut maka proses penyampaian informasinya masih melalui media konvensional.

Berdasarkan data pra penelitian, pada tahun 2023 Divisi Humas Polda Jabar dinobatkan sebagai peringkat pertama keaktifan pengiriman berita pada SPIT (Sistem Pengelolaan Informasi Terpadu) dan MediaHub. Penobatan tersebut memberikan informasi bahwa Humas Polda Jabar menerbitkan konten *Digital Public Relations* lebih banyak dari jajaran Kepolisian daerah lainnya. Polda Jabar dengan prestasi sebagai peringkat pertama dalam keaktifan dalam memproduksi dan menyebarkan informasi pada SPIT (Sistem Pengelolaan Informasi Terpadu) mengindikasikan bahwa proses *Digital Public Relations* yang dilaksanakan oleh Humas Polda Jabar berjalan baik, sesuai dengan Peraturan Kepala Kepolisian Negara Indonesia Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2010.

Digital Public Relations atau Digital PR merupakan hasil perkembangan teknologi dalam komunikasi digital dan merupakan konvergensi media baru. Aktivitas *Digital Public Relations* dalam proses penyampaian informasi memberikan kemudahan untuk penyebaran informasi dari suatu lembaga. *Digital Public Relations* yang dilaksanakan oleh Humas Polda Jawa Barat memberi kesempatan kepada lembaga pemerintahan yang bertugas untuk mengayomi masyarakat tersebut untuk memberikan himbauan positif kepada masyarakat demi menjaga ketertiban bermasyarakat khususnya masyarakat Jawa Barat.

Era digital merupakan perkembangan teknologi yang tidak dapat dihindari oleh praktisi PR. Pemanfaatan teknologi dalam bidang Kehumasan memberikan kemudahan bagi praktisi PR untuk menyebarkan informasi serta memberikan situasi komunikasi dua arah yang sebelumnya tidak dapat diperoleh sebelum adanya perkembangan teknologi.

Komunikasi dua arah dapat tercipta dalam media baru, kehadiran media baru banyak digunakan oleh berbagai instansi pemerintahan yang memiliki tujuan untuk berinteraksi dengan publiknya, salah satu kegiatan *Digital Public Relations* yang dapat dilaksanakan yaitu melalui pemanfaatan media sosial sebagai bentuk media baru yang dipergunakan untuk penyebaran informasi.

Aktivitas *Digital Public Relations* yang dilaksanakan oleh Humas Polda Jawa Barat seringkali berada pada ranah media sosial, hal tersebut karena dengan adanya aktivitas *Digital Public Relations* yang dilaksanakan di media sosial memberikan kemudahan bagi setiap penggunaanya karena media sosial bersifat *up to date*, fleksibel (mudah diakses dimana saja), dan memberikan kemudahan untuk mengumpulkan dan menyebarkan berbagai informasi. Adanya kemudahan untuk menyebarkan informasi dari lembaga kepada masyarakat umum merupakan salah satu manfaat dari konvergensi media yang terjadi, yaitu kemunculan *New media* atau media baru.

New media atau media baru merupakan salah satu instrumen teknologi komunikasi yang dimanfaatkan oleh praktisi PR dalam aktivitas Digital PR. Aktivitas Digital PR yang berlangsung di *new media* sangat memberikan

peran maksimal seorang praktisi PR dalam menjalankan tugasnya sebagai praktisi PR. *New media* menjadi media yang sangat berperan penting di era perkembangan teknologi ini untuk proses penerimaan dan penyebaran informasi yang berada pada dunia maya.

Perkembangan teknologi yang masif memberikan atensi kepada masyarakat bahwa media sosial tidak lagi asing bagi seluruh lapisan masyarakat yang memiliki *smarthphone*. Aktivitas media sosial pada saat ini telah menjadi aktivitas keseharian bagi masyarakat umum. Hal tersebut yang akhirnya memberikan perhatian kepada instansi atau perusahaan untuk memanfaatkan teknologi tersebut yang berguna sebagai media penyebar informasi. Humas Polda Jabar menggunakan media sosial dalam kegiatan kehumasan yang dilaksanakan olehnya. Humas Polda Jabar memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi dengan publiknya.

Digital Public Relations dalam konteks kepolisian merupakan strategi komunikasi yang menggunakan platform digital untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Polisi tidak hanya mengandalkan konferensi pers atau siaran televisi, tetapi juga memanfaatkan berbagai media sosial, situs web resmi, aplikasi seluler, dan *platform online* lainnya untuk menjalankan tugasnya. Memanfaatkan teknologi dan media digital, Humas kepolisian dapat mencapai komunikasi yang lebih luas, menyampaikan informasi secara cepat, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat.

Aktivitas Digital *Public Relations* bertujuan untuk mempermudah penyebaran informasi kepada publik, selain itu juga sebagai sarana dari Humas Polda Jabar untuk melakukan komunikasi dua arah yang memiliki manfaat untuk evaluasi Lembaga. Humas Polda Jabar menyadari bahwa media baru berperan penting dalam menyebarkan informasi serta kegiatan yang dilaksanakan Polda Jabar secara masif atau lingkup luas. Penyebaran informasi dengan pengaktivitan Digital *Public Relations* pada akhirnya memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang informasi-informasi yang disampaikan oleh Humas Polda Jabar.

Aktivitas Digital *Public Relations* yang dilakukan oleh Humas Polda Jabar membuat masyarakat luas mengetahui berbagai macam informasi yang telah terjadi mengenai berbagai hal merupakan salah satu manfaat dari aktivitas Digital *Public Relations* yang terkoneksi secara luas menggunakan jaringan internet.

Humas Polda Jabar memerankan peran kehumasan yang sangat baik sebagai Lembaga yang mengayomi dan memberi himbauan positif kepada masyarakat, terbukti dengan Polda Jawa Barat sebagai juara pertama dalam keaktifan pengiriman berita pada SPIT dan Media Hub ditahun 2023, transparansi informasi dan keaktifan dalam menyebarkan informasi terhadap masyarakat yang dilakukan oleh Polda Jabar melalui aktivitas Digital *Public Relations* menjadi salah satu faktor pendukungnya.

Digital *Public Relations* yang dilaksanakan oleh Divisi Humas Polda Jabar sangat aktif dalam menyebarkan informasi di *New media*, berdasarkan data pra penelitian yang telah dilaksanakan di Humas Polda Jawa Barat memiliki berbagai macam *platform* media sosial dan dalam kurun waktu satu hari, terdapat lebih dari 3 konten yang dipublikasi oleh Humas Polda Jabar.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka aktivitas Digital *Public Relations* yang dilaksanakan oleh Humas Polda Jabar menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini, hal tersebut karena fokus penelitian ini menjadi daya tarik sebagai bahan penelitian lebih mendalam mengenai konvergensi media di era perkembangan teknologi sehingga pada akhirnya menimbulkan rasa ingin tahu lebih mendalam berkaitan dengan aktivitas Digital *Public Relations*.

1.2 FOKUS PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka fokus pada penelitian ini berlandaskan pada Konsep 3C yaitu *Computing*, *Communication*, dan *Content*. Penelitian ini berfokus kepada penggunaan Konsep 3C, Konsep 3C digunakan untuk melihat aktivitas Digital *Public Relations* yang dilaksanakan oleh Divisi Humas Polda Jabar. Fokus tersebut dirumuskan kepada sub-fokus sebagai berikut:

- 1) Bagaimana sistem *Computing* Humas Polda Jabar dalam Aktivitas Digital *Public Relations* sebagai upaya penyebaran informasi?

- 2) Bagaimana proses *Communication* Humas Polda Jabar dalam Aktivitas Digital *Public Relations Relations* sebagai upaya penyebaran informasi?
- 3) Bagaimana Pembentukan dan Penyebaran *Content* Humas Polda Jabar dalam Aktivitas Digital *Public Relations* sebagai upaya penyebaran informasi?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian tentang Aktivitas Digital *Public Relations* Sebagai Upaya Penyebaran Informasi memiliki tujuan, diantaranya :

- 1) Menjelaskan sistem *Computing* Humas Polda Jabar dalam Aktivitas Digital *Public Relations* sebagai upaya penyebaran informasi.
- 2) Menjelaskan proses *Communication* Humas Polda Jabar dalam Aktivitas Digital *Public Relations* sebagai upaya penyebaran informasi.
- 3) Menjelaskan Pembentukan dan Penyebaran *Content* Humas Polda Jabar dalam Aktivitas Digital *Public Relations* sebagai upaya penyebaran informasi

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 KEGUNAAN AKADEMIS

Berdasarkan penelitian, secara akademis penelitian ini diharapkan dapat :

- 1) Menjadi referensi Digital *Public Relations* dalam penyebaran Informasi.

- 2) Menambah pengetahuan mengenai aktivitas Digital *Public Relations* pada lembaga pemerintahan.
- 3) Menjadi referensi Digital *Public Relations* dalam penerapan Konsep 3C dalam penyebaran informasi

1.4.2 KEGUNAAN PRAKTISI

Berdasarkan penelitian, secara praktisi penelitian ini diharapkan dapat :

- 1) Menjadi rujukan, rekomendasi, juga dipergunakan oleh Praktisi PR. Membantu Praktisi PR untuk mengetahui manfaat dari Aktivitas Digital *Public Relations* dalam penyebaran informasi
- 2) Menjadi rujukan bagi lembaga pemerintah serta untuk masyarakat diharapkan dapat memahami fungsi dari Informasi yang dikeluarkan dari kepolisian.
- 3) Memberi masukan untuk Humas Polda Jabar dalam Aktivitas Digital *Public Relations* sesuai dengan konsep konvergensi media digital 3C (*Computing, Communication, Content*)

1.5 LANDASAN PEMIKIRAN

1.5.1 LANDASAN TEORITIS

Kemunculan istilah Digital *Public Relations* yakni konvergensi *Public Relations* yang sebelumnya menggunakan media konvensional sebagai sarana untuk penyebaran informasinya telah beralih ke media digital seperti media sosial dan *website* untuk sarana penyebaran informasinya.

Digital *Public Relations* berlandaskan pada penggunaan teknologi digital, termasuk internet, media sosial, situs *web*, *email*, dan *platform online* lainnya.

Menurut Kaplan & Haenlein (2010:58), *Digital Public Relations* memiliki berbagai aktivitas seperti komentar, *like* berbagai konten, dan berpartisipasi dalam diskusi. Tujuannya tetap sama dengan PR tradisional, yaitu membangun hubungan positif dengan publik, menciptakan pemahaman yang baik tentang merek atau individu, dan mengelola isu-isu yang berkaitan dengan reputasi.

Digital Public Relations dapat diartikan sebagai sebuah strategi yang dilaksanakan oleh praktisi PR di sebuah Lembaga atau perusahaan yang bertujuan untuk membuat hubungan yang harmonis antara Lembaga dengan publiknya melalui media *online* yang sedang berkembang di era teknologi ini.

Digital Public Relations menciptakan kesempatan bagi praktisi PR untuk bekerja secara lebih maksimal dan efisien dalam penyampaian informasi terhadap publiknya. *Digital Public Relations* juga memberikan situasi komunikasi dua arah yang bisa bertukar informasi dengan publiknya secara *realtime*. Menurut Nasrullah (2014:14), *Digital Public Relations* berjalan dalam media digital yang memiliki kelebihan dari media konvensional, hal tersebut dikarenakan media digital difasilitasi oleh internet yang bisa secara *realtime* berkomunikasi dengan siapapun.

Komunikasi yang dilakukan dalam lingkup media digital dapat bersifat dua arah hal tersebut karena adanya internet sebagai penunjang konektivitas diantara komunikator dan komunikan sehingga keduanya dapat berkomunikasi secara simultan dalam waktu yang sama walau berada pada ruang yang berbeda.

Digital *Public Relations* dapat berjalan dengan baik apabila praktisi PR dapat bertransformasi dari media konvensional ke media *online* dengan baik dan mumpuni dalam istilah lain perpindahan tersebut dikenal dengan nama digitalisasi. Transformasi digital merupakan tantangan yang perlu dihadapi oleh setiap praktisi PR, karena dengan beradaptasi dengan teknologi maka aktivitas kehumasan dapat berjalan dengan maksimal.

Menurut Irwansyah (2020:201), Digital *Public Relations* merupakan sebuah inovasi dalam bidang kehumasan yang menggunakan jejaring sosial internet untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Aktivitas digital *public relations* dapat dilaksanakan dimanapun dan kapanpun dengan syarat perangkat harus terkoneksi dengan internet.

Internet berperan penting dalam digital *public relations*, hal tersebut karena tanpa internet aktivitas digital *public relations* tidak dapat dilaksanakan sebab wilayah digital hanya bisa diakses melalui internet yang terkoneksi kepada perangkat pengguna.

1.5.2 LANDASAN KONSEPTUAL

1.5.2.1 Cyber PR

Cyber Public Relations (Cyber PR) merujuk pada praktik-praktik Public Relations yang menggunakan platform-platform digital dan teknologi informasi, seperti internet, media sosial, email, dan situs web, untuk membangun dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat, pelanggan, karyawan, investor, dan pihak-pihak terkait lainnya. Ini mencakup strategi komunikasi online yang

dirancang untuk mempengaruhi opini publik dan membangun reputasi organisasi di dunia maya.

Menurut Hidayat (2014:93), *Cyber Public Relations* merupakan inisiatif pendekatan atau taktik yang diterapkan oleh para profesional dan akademisi di bidang Public Relations, menggunakan media baru seperti internet sebagai platform untuk publisitas, dikenal juga sebagai *Digital Public Relations*.

Perkembangan zaman mendorong seorang Praktisi PR untuk beradaptasi dengan teknologi yang telah ada. *Cyber PR* menjadi salah satu kegiatan baru bagi Praktisi PR yang membutuhkan keahlian khusus dalam melaksanakan kegiatan humas di dunia maya.

1.5.2.2. New Media

New Media mengacu pada bentuk-bentuk media yang muncul di era digital, khususnya internet dan teknologi terkait. *New Media* mencakup berbagai platform dan konten yang memungkinkan interaksi dan partisipasi pengguna, *New Media* berbeda dengan Media konvensional yang sifatnya satu arah, dalam bentuk komunikasinya *New Media* telah bersifat dua arah.

Menurut McQuail (2011:148), istilah *New Media* membahas mengenai bentuk komunikasi yang melibatkan teknologi digital dan internet. *New media* memungkinkan interaktivitas, partisipasi pengguna, dan distribusi informasi yang cepat, berbeda dengan media tradisional seperti televisi dan surat kabar. *New Media* memberikan kemudahan bagi tiap individu untuk menciptakan dan berbagi konten dengan cepat.

Pemilihan *New media* yang tepat perlu diperhatikan agar informasi yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik sesuai dengan ciri-ciri dari setiap *platform new media* yang digunakan untuk penyebaran informasi. Seluruh bentuk komunikasi seperti melalui suara, tulisan, dan gambar perlu penyesuaian pemilihan aplikasi yang digunakan.

1.5.2.3. Informasi

Hasil dari pengolahan data yang akhirnya menghasilkan suatu simpulan makna dan dapat diterima oleh komunikan, hal tersebut merupakan yang dimaksud oleh informasi. Informasi memberikan wawasan baru kepada orang yang menerimanya, memungkinkan komunikan mengenali pola, mengambil keputusan, atau memecahkan masalah.

Menurut Coronel & Morris (2016:4), informasi merupakan hasil olahan dari data mentah yang diproses sedemikian rupa sehingga menghasilkan di dalamnya. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa informasi berasal dari kumpulan data-data yang disatukan lalu diolah sehingga mempunyai makna.

Informasi yang dikumpulkan kemudian dipilah atau diolah menjadi informasi yang layak atau tidak layak disampaikan kepada publik. Informasi yang disampaikan kepada publik merupakan hasil dari pengolahan informasi yang telah layak untuk diinformasikan kepada publik.

1.5.3 LANDASAN OPERASIONAL

Landasan Operasional merupakan proses merincikan dan menjelaskan dari suatu konsep yang digunakan dalam sebuah penelitian. Landasan Operasional

dalam penelitian ini berguna untuk memastikan bahwa konsep-konsep yang kompleks dapat diubah menjadi suatu tindakan yang valid dan dapat digunakan untuk mengambil kesimpulan dalam penelitian yang dilaksanakan. Penelitian ini menggunakan Konsep 3C yang dikembangkan oleh Henry Jenkins dalam menjabarkan Aktivitas Digital Public Relations yang dilaksanakan oleh Divisi Humas Polda Jabar.

1.5.3.1 Sistem *Computing* dalam Digital *Public Relations*

Informasi disampaikan setelah data-data dikumpulkan dalam satu bentuk kumpulan data. *Computing* atau komputasi merupakan tahap pertama dalam pengaktivitasan Digital *Public Relations*, *Computing* menjadi penopang dalam perkembangan konvergensi media, hal tersebut dikarenakan *Computing* merupakan proses yang berperan dalam penyimpanan data-data yang disimpan dalam satu server pusat dengan sistem *web* yang modern. Berdasarkan data prapenelitian, Staff Humas Polda Jabar menyimpan data dalam bentuk berupa kepingan *gigabyte* yang tersimpan di pusat server web.

1.5.3.2 Proses *Communication* dalam Digital *Public Relations*

Komunikasi yang dapat dilaksanakan dalam Digital *Public Relations* bersifat dua arah yang memberikan kemudahan bagi Lembaga pemerintah untuk interaktif di *New Media*. *Communication* memberikan kemudahan dalam penerimaan informasi yang selanjutnya informasi tersebut akan diolah menjadi sebuah informasi untuk bahan dalam penyusunan *content* yang akan disampaikan kepada publik pada kemudian hari. Berdasarkan data pra penelitian, Staff Humas

Polda Jabar mengaktifkan kolom komentar yang bertujuan untuk menciptakan komunikasi dua arah antara Humas Polda Jabar dengan masyarakat umum.

1.5.3.3 Pembentukan dan Penyebaran *Content* dalam Digital *Public Relations*

Proses terakhir dalam konsep 3C yaitu *Content*, *Content* merupakan bentuk hasil dari pengumpulan informasi yang berasal dari hasil *Computasi* yang bersumber dari proses *Communication* yang dilaksanakan. *Content* yang diciptakan perlu mengikuti *platform* di *New Media* yang cocok dan sesuai dengan isi dari *Content* tersebut. Berdasarkan data pra Penelitian, Staff Humas Polda Jabar menggunakan berbagai macam jenis *platform* untuk penyebaran informasi yang berbentuk foto /video dan tulisan.

Berdasarkan pemaparan Landasan Operasional diatas, *Computing*, *Communication*, dan *Content* merupakan konsep yang membahas mengenai aktivitas Digital Public Relations konsep tersebut dikenal dengan istilah konsep 3C. Konsep “Tiga C” yaitu *Computing*, *Communication*, dan *Content* merupakan gabungan 3 unsur yang terdapat untuk lebih memahami strategi media sosial yang tepat digunakan oleh Divisi Humas Polda Jabar sebagai upaya penyebaran informasi kepada masyarakat umum.

1.6 LANGKAH – LANGKAH PENELITIAN

1.6.1 LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Divisi Humas Polda Jabar yang bertempat di Jalan Soekarno Hatta no. 748, Kota Bandung, Jawa Barat. Objek Penelitian ini yaitu Aktivitas Digital *Public Relations* sebagai upaya penyebaran Informasi. Divisi

Humas Polda Jabar dipilih menjadi tempat penelitian karena tata pelaksanaan penyampaian informasi yang mengatur pengumpulan data, proses komunikasi kepada publik dan pembuatan konten yang aktif membuat proses *Digital Public Relations* terpenuhi, hal tersebut memberikan relevansi terhadap objek yang akan dikaji dan menjadi bahan penelitian. Divisi Humas Polda Jabar menggunakan *Digital Public Relations* sebagai salah satu alat untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum serta untuk mempertahankan citra dari kepolisian. Polda Jabar pada tahun 2023 dinobatkan sebagai peringkat pertama dalam keaktifan pengiriman berita pada SPIT (Sistem Pengelolaan Informasi Terpadu) dan Media Hub), prestasi tersebut mengindikasikan bahwa aktivitas kehumasan oleh Divisi Humas Polda Jabar dinilai cukup baik dan menarik untuk diteliti.

1.6.2. PARADIGMA PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang menekankan bahwa kebenaran dalam realitas sosial merupakan hasil dari konstruksi sosial, dan kebenaran tersebut bersifat relatif. Dalam paradigma konstruktivisme, realitas dipandang sebagai hasil interaksi antara individu dengan lingkungan sosial. Individu terlibat secara aktif dalam proses konstruksi pengetahuan dan pemahaman melalui interpretasi subjektif terhadap informasi yang diterima.

Penelitian ini relevan dengan paradigma konstruktivisme karena penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana aktivitas *Digital Public Relations* Humas Polda Jabar dalam memberikan informasi untuk dilihat kebenaran dalam prosesnya berdasarkan dengan realitas sosial yang terjadi.

1.6.3. PENDEKATAN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Strauss & Corbin (1997:16), penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang memberikan hasil penelitian yang tidak dapat diperoleh melalui penggunaan cara-cara statistik atau prosedur lainnya yang bersifat mengukur.

Penelitian ini relevan menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian aktivitas Digital *Public Relations* yang dilaksanakan bersifat subjektif dan bertujuan untuk memahami, mencari makna, dan mencari kebenaran mengenai realitas sosial yang diciptakan.

1.6.4. METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu metode studi kasus Creswell. Menurut Sujarweni (2022:22), Studi kasus merupakan penelitian yang berkaitan dengan manusia (dapat berupa kelompok atau organisasi), peristiwa, dan latar secara mendalam. Metode studi kasus Creswell bertujuan untuk mendapatkan gambaran jelas dan mendalam mengenai suatu kasus yang sedang diteliti, pengumpulan data yang dilaksanakan melalui Observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penggunaan metode penelitian studi kasus Creswell ini bertujuan untuk menggambarkan secara jelas mengenai aktivitas Digital *Public Relations* yang dilaksanakan oleh Divisi Humas Polda Jabar sebagai upaya penyebaran informasi kepada publiknya .

1.6.5. JENIS PENELITIAN

Penelitian ini berjenis deskriptif, penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau memaparkan fenomena dengan memperhatikan karakteristik atau sifat-sifat tertentu dari objek yang diteliti. Penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran yang akurat, terperinci, dan sistematis tentang fenomena yang diamati. Tujuan utamanya yaitu menggambarkan fenomena tanpa memanipulasi variabel atau mengontrol pengaruh variabel lain.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif karena bertujuan untuk menggambarkan proses aktivitas dari Digital *Public Relations* oleh Humas Polda Jabar sesuai dengan konsep 3C yaitu komputasi, komunikasi dan konten yang menjadi landasannya.

1.6.6 SUBJEK PENELITIAN

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai Informan adalah Humas Polda Jawa Barat dengan kriteria :

- 1) Informan merupakan Kepala Sub-bagian Humas Polda Jawa Barat, penentuan kriteria ini berdasarkan bahwa informan sudah cukup memahami fungsi dan ruang lingkup kerja kehumasan yang terlibat dengan Digital *Public Relations*.
- 2) Informan merupakan Staf Humas Polda Jawa Barat, penentuan kriteria ini berdasarkan bahwa informan merupakan individu-individu yang berhubungan langsung dalam aktivitas Digital *Public Relations*.

Tabel 1.1 Rencana Informan

No.	Nama	Jabatan	Tugas	Lama Menjabat
1.	Asep Mulyana	Pejabat Sementara Kaurpullahinfodok Subbid PID	Mengumpulkan dan mengolah data serta penyajian informasi untuk internal maupun eksternal Polri	5 Tahun
2.	Dicki Ramadani	Paurmitra Subbid Penmas	Melakukan pengelolaan dan pengumpulan informasi serta penyampaian informasi termasuk kerja sama dan kemitraaan dengan media massa	2 Tahun
3.	Sudarto Sukmabuana	Kaurpemanalis Subbid Multimedia	Melakukan analisis dan evaluasi serta pemantauan terhadap seluruh media juga melaksanakan manajemen media untuk kepentingan Polri	6 Tahun

1.6.7 JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis data yang digunakan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian yaitu :

- 1) Data mengenai sistem *Computing* Humas Polda Jabar dalam Aktivitas *Digital Public Relations* sebagai upaya penyebaran informasi.
- 2) Data mengenai proses *Communication* Humas Polda Jabar dalam Aktivitas *Digital Public Relations* sebagai upaya penyebaran informasi.

- 3) Data mengenai pembentukan dan penyebaran *Content* Humas Polda Jabar dalam Aktivitas Digital *Public Relations* sebagai upaya penyebaran informasi.

Sumber Data dalam penelitian terbagi menjadi dua bagian, yaitu sebagai berikut :

- 1) Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber pertama sebuah data dihasilkan. Sumber data primer diperoleh langsung dari sumber asli, bentuk data dari sumber data primer dapat berupa opini subjek dan hasil observasi. Sumber data primer dari penelitian ini adalah pengelola media sosial dan Staf Humas Polda Jawa Barat atau Karyawan Polda Jawa Barat yang pernah terlibat dalam kegiatan Digital *Public Relations*.

- 2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder ialah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Data yang dihasilkan dari sumber data Sekunder yaitu data sekunder. Peran dari data sekunder ini diharapkan membantu mengungkapkan data yang diharapkan, sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan, atau data pelengkap sebagai pembanding. Data sekunder merupakan data pendukung data primer, data yang diperoleh dari jurnal, buku-buku, dokumen, maupun referensi yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

1.6.8 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Observasi

Observasi / pengamatan alami merupakan penelitian dengan melakukan pengamatan menyeluruh pada sebuah kondisi tertentu (dalam penelitian ini observasi dilaksanakan selama 3-4 bulan). Teknik Observasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa pengamatan secara langsung ke tempat lokasi tetapi tidak terlibat langsung dalam aktivitas *Digital Public Relations* yang dilakukan oleh Humas Polda Jabar, dalam artian lain menggunakan jenis observasi berupa observasi partisipasi pasif.

Observasi dilaksanakan dengan tujuan untuk memperoleh data secara langsung dari subjek penelitian yang melakukan kegiatan aktivitas *Digital Public Relations* yang memberikan manfaat/ kegunaan berupa data yang akan diolah dalam penelitian ini.

2) Wawancara

Wawancara merupakan proses komunikasi antara dua pihak atau lebih dengan tujuan untuk mendapatkan informasi, memperoleh pendapat, atau menggali pemahaman lebih lanjut tentang suatu topik atau subjek tertentu, Subjek wawancara dalam penelitian ini yaitu Kepala Humas Bagian Polda Jabar serta Staf Humas Polda Jabar yang terlibat dalam kegiatan Digital

Public Relations. Teknik Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara mendalam / *intensive interview* / *depth interview*.

Teknik wawancara mendalam ini bertujuan untuk mendapatkan informasi secara terperinci dari setiap informan dan memberikan kegunaan bagi penelitian ini yaitu berupa gambaran proses aktivitas yang sebenarnya terjadi secara terdeskripsi dengan mendalam.

3) Dokumentasi

Dokumentasi penelitian merupakan suatu cara pengumpulan data berupa tulisan, angka, suara, gambar, dan video yang dapat mendukung penelitian. Laporan-laporan mengenai rencana kegiatan Digital *Public Relations* serta dokumen-dokumen yang terlibat dalam penelitian ini memberikan kegunaan untuk memperkaya data penelitian. Dokumentasi penelitian yang dilaksanakan memberikan gambaran jelas (dapat berbentuk *audio-visual*) mengenai konsep 3C yang dilakukan oleh Polda Humas Jabar yang bertujuan untuk menambah data penelitian dalam bentuk visual yang mudah untuk dipahami dalam aktivitas Digital *Public Relations*.

1.6.9 ANALISIS DATA

Analisis data merupakan metode dalam pengolahan data-data yang bertujuan untuk dijadikan sebagai informasi dalam suatu penelitian. Menurut Creswell (2015:177), data penelitian kualitatif bermula dengan mempersiapkan data mengkoordinasikan data untuk dianalisis.

Penelitian ini menggunakan tiga analisis data, berikut langkah-langkahnya menurut Creswell :

1) Pengumpulan Data

Pengumpulan Data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses berlangsung selama penelitian dilakukan dimulai dari awal penelitian hingga akhir penelitian selesai.

Pengumpulan Data dilaksanakan dengan cara membuat ringkasan data, mengelompokkan data, memfokuskan temuan data pada hal-hal penting yang berkaitan dengan Aktivitas Digital *Public Relations* Humas Polda Jawa Barat kemudian rangkuman atau catatan kecil sebagai landasan penyajian informasi dan analisis selanjutnya. Langkah selanjutnya melakukan penyusunan data serta menafsirkan data menggunakan logika ilmiah, menghubungkan antara teori dan fakta yang diperoleh saat proses wawancara mendalam dilaksanakan beserta memasukkan kutipan-kutipan dari informan.

2) Penyajian Data

Data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga memberikan kemudahan untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya.

Penyajian data dilakukan dengan menyusun sekumpulan informasi yang telah dianalisis sebelumnya tentang aktivitas Digital *Public Relations*

4.	Tahap Keempat : Sidang Skripsi										
	Bimbingan Akhir Skripsi										
	Sidang Skripsi										
	Revisi Skripsi										

